

## МЕДИЙНЫЕ ПРОЕКТЫ СОВРЕМЕННОСТИ

**Аннотация:** Объектом исследования стали медиапроекты, пользующиеся популярностью у массовой аудитории. Посвященные актуальным темам текущей современности, они обращаются к тактикам манипулирования. В их основе заложен властный характер информации. Тиражируясь в социокультурном пространстве, информация способствует субъекции. Но большинство медиапроектов современности не структурируют личность, а усугубляют ее страхи, нервозность и раздражительность.

**Ключевые слова:** *медийный проект, манипуляция, внушение, властный характер информации, субъекция.*

Iakovleva E. L.

## MEDIA PROJECTS OF MODERNITY

**Abstract:** The object of the study are media projects that are popular with mass audiences. Dedicated to current topics of fluid modernity, they turn to tactics of manipulation. They are based on the imperious nature of information. Replicating in the sociocultural space, information contributes to the subjection. But the majority of modern media projects do not structure the personality, but aggravate its fears, nervousness and irritability.

**Keywords:** *media project, manipulation, suggestion, imperious nature of information, sub-section.*

Цифровой поворот, произошедший во всем мире, повлиял на культуру, общество и личность, формы их бытия и развития. Современный формат жизни в большей степени связан с высокими технологиями и виртуальной средой. Именно виртуальная среда оказывается той комфортной средой обитания, где формируется и самоутверждается личность, идентифицируя себя. Подчеркнем, поколение Z практически живет в виртуальной среде, получая в ней всю необходимую информацию и находя все, необходимое для жизнедеятельности.

Особую роль в получении информации и возможности формирования и проекции собственного Я на примере Других играют разного рода *медийные проекты*, сочетающие в себе искусство журналистской практики с менеджментом, рекламой и экономической теорией. К их числу можно отнести информационно-аналитические передачи, новостные веб-сайты, спортивные, развлекательные (реалити)-шоу, онлайн-видео, визуализацию данных, социальные сети, являющиеся формой самопрезентации, цифровой новостной стартап и пр. Их необременительный формат, в котором сжато и довольно поверхностно излагается информация, активно эксплуатируется видеоряд, главенствуют чувства и эмоции, присутствует интрига, используются элементы мобильности и интерактивности, внедрено огромное количество игровых и развлекательных сегментов, привлекает внимание массовой аудитории.

Отметим, что многие медийные проекты используют тактики *манипуляции*, достигая потрясающего эффекта веры огромного числа людей в реальность демонстрируемого/рекламируемого. Последнее достигается посредством доступно изложенного текста, преподнесенного эмоционально и вызывающего к чувствам каждого. В большинстве медийных проектов массовое сознание сталкивается с довольно прозрачным *внушением* информации и его властной силой, заставляя обратить внимание на данную проблему. У американского философа Джудит Батлер осуществлена попытка теоретизирования над *психикой власти*, обращающейся к субъективности личности, ее приватным и интимным переживаниям. Дж. Батлер справедливо замечает, что «обычная модель понимания этого процесса такова: власть внедряет себя в нас, и, ослабленные ее силой, мы интернализуем или принимаем ее термины» [1, с. 16]. В приведенной цитате обнаруживается идея о том, что субъект навязанное ему извне воспринимает как личное, то есть человек сам участвует в подчинении Я власти информации. Здесь не последнюю роль играет чувство *пассионарной привязанности* (*passionate attachment*), демонстрирующее склонность субъекта к подчинению. Ее можно сравнить с привязанностью ребенка к родителям, у которых «нет шансов не любить», это – «жизненное требование». Подобный механизм срабатывает и по отношению к властному характеру информации. Она – не акт свободного волеизъявления личности, а обязательное условие его формирования, от которого индивид не при каких условиях не может отказаться. Властный характер информации после прослушивания автоматически прикрепляется к субъекту, навязывая

ему свою идеологическую конструкцию. В этом обнаруживается ее двойная функция: информация не только подчиняет, но и формирует субъекта, что приводит Дж. Батлер к введению термина *субъекции*. По мнению философа, «субъекция означает процесс становления субординированным властью и в то же время процесс становления субъектом» [1, с. 16]. Субъекция представляет собой специфический ненаблюдаемый/неосознаваемый/неконтролируемый со стороны индивида акт имплантации властного характера информации вовнутрь собственного бытия, *в-себя*. В субъекции схватывается двойная валентность информации, не дающая возможности личности избавиться от акта полного повиновения. При этом именно субъекция рождает *субъектность*, поддерживая ее на протяжении жизни. В концепции Л. Альтюссера данный процесс озвучен как *производство субъекта дискурсом*, а у М. Фуко – как *дискурсивное производство субъекта*. Последний считает, что субъекция происходит посредством внедрения социальных практик, основанных на совокупности политических, общественных, научных, философских, моральных дискурсов, в тело личности. Оседая в субъекте, они начинают властно управлять им, не требуя для своего воспроизведения каких-либо волевых усилий [2, с. 149]. Личность вследствие субъекции становится зависимой от информации внешне и внутренне. В свою очередь внутренне содержание ее сознания определяется такой формой субъекции, как *интериоризация*, представляющей собой процесс рационально-осознаваемого усвоения внешних структур. Психическое желание индивида в процессе субъекции выражается в *интернализации* как бессознательном процессе формирования субъектности, связанном с безусловным принятием существующих внешне дискурсов, внедряемых посредством медиапроектов.

Любой медийный проект имеет цель и задачи, в соответствии с которыми конструируется его форма, включающая в себя использование высоких технологий. Благодаря последним осуществляется быстрое распространение и тиражирование медийного проекта, что способствует приобщению массового сознания к нему. Более того, нередко медийный проект имеет обратную связь, что создает площадку для высказывания мнений массовым сознанием и рождает ощущение демократичности и эмпативности среды, оказывающихся в большей степени иллюзорными.

Медийные проекты информационно-социального, политического, экономического и культурного плана формируют не только картину дня текущей современности, но и закладывают основы мировоззрения

и культуры в массовое сознание. Другое дело, что многие актуальные темы различные медиапроекты копируют друг у друга, нередко даже не изменяя текст. Манипулятивная среда медиапроектов значительно сужает знание о мире и сферу личного опыта. Но перечисленное компенсируется иллюзией многообразия тем и предложенных ими сценариев проявления. Именно медиапроекты все чаще становятся каналом получения опосредованной информации и связанных с ними знаниями. Как правило, чтобы привлечь аудиторию медиапроект выстраивает интригу вокруг темы, цель которой, в том числе, потрясти массовое сознание. Эффект от подобного потрясения оказывается не лучшим. Медиапроекты посредством внедряемых текстов, в основе которых лежит мифизация реальности, конструируют стресс, страхи, нервность, страдания, беспокойство у современной личности, живущей в состоянии постоянно нарастающей раздражительности. Усиливают эффект многие герои медиапроектов, которых можно отнести к разряду паталогических личностей: у них либо гипертрофированно Я, либо полностью отсутствует его понимание.

В заключении подчеркнем, что медиапроекты, имеющие информационную, социальную и культурную направленность, ориентированные на различные потребности/возраст/социальные группы, пользуются популярностью у массовой аудитории. Огромное количество медиапроектов, повторяющих друг друга, не способствуют их запоминанию, вырабатывая у личности навык скользить взглядом по их содержанию, не вникая в суть. Более того, медиапроекты современности парадоксальны: они, конструируя, деконструируют, стабилизируя, дестабилизируют современную личность, начинающую внутренне ощущать дискомфорт бытия и испытывать колоссальное напряжение существования.

### **Литература**

1. Батлер Дж. Психика власти: теории субъекции / Дж. Батлер. Харьков: ХЦГИ; СПб.: Алетейя, 2002.
2. Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет / М. Фуко. М.: Кастель, 1996.